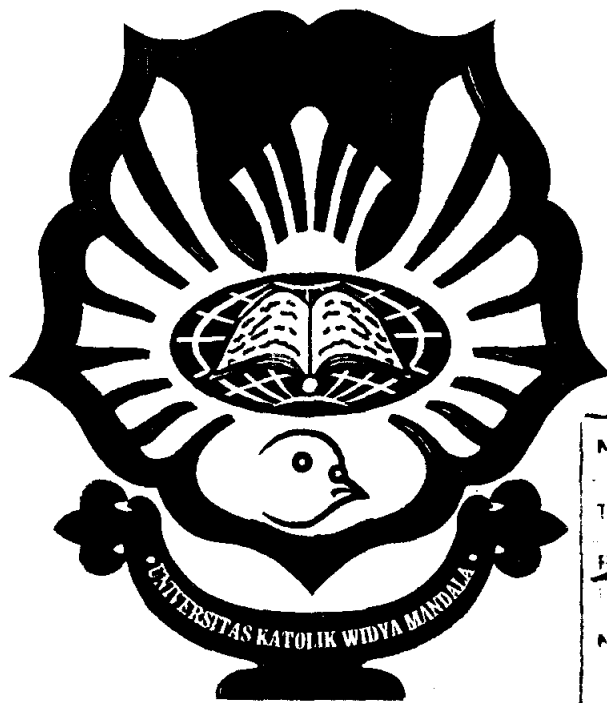


SKRIPSI

SUSAN SURINA

STUDI TENTANG PENGARUH VARIABEL-VARIABEL KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. SRI REJEKI DI SURABAYA



No. INDUK	0814/01
TGL TERIMA	13. 4. 00
FE-1 TGL H	
No. BUKU	FE-11 Sur S-1
K*P KE	1 (satu)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2000

**STUDI TENTANG PENGARUH VARIABEL-VARIABEL
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT SRI REJEKI
DI SURABAYA**


**SKRIPSI
diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen**

**OLEH:
SUSAN SURINA
3103096160**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
FEBRUARI 2000**

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Studi Tentang Pengaruh Variabel-Variabel Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT SRI REJEKI Di Surabaya yang ditulis oleh Susan Surina telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



Ch. Esti Susanti

Pembimbing I: Ch. Esti Susanti Dra. Ec.

Ninuk Muljani

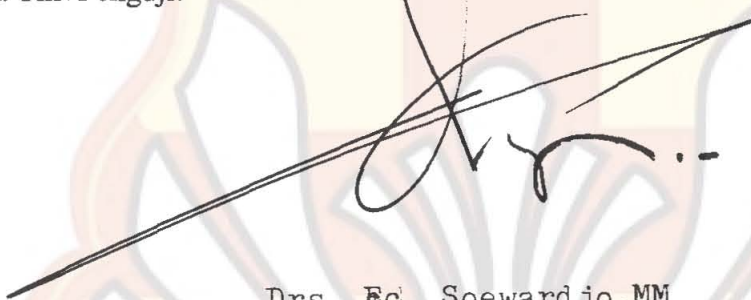
Pembimbing II: Ninuk Muljani Dra. Ec.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Susan Surina NRP 3103096160

Telah disetujui pada tanggal 28-2-2000 Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:



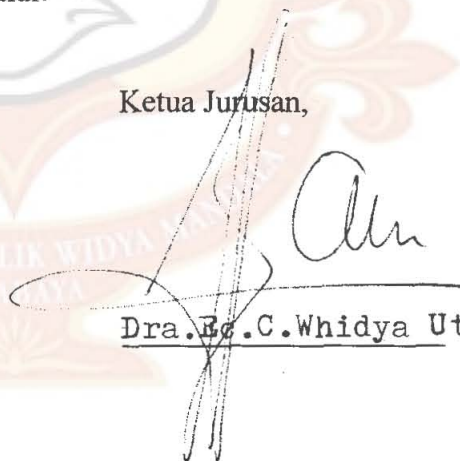
Drs. Ec. Soewardjo, MM

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Rido Tanago, MBA



Dra. Ec. C. Whidya Utami, MM

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul:

“Studi Tentang Pengaruh Variabel-Variabel Kualitas Layanan PT SRI REJEKI Terhadap Kepuasan Konsumen Di Surabaya”.

Adapun penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan perkualihannya untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Usaha penulis tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan setulus hati mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala.
2. Ibu Dra. Ec. Ch. Esti Susanti selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga memberikan bimbingan penulisa skripsi.
3. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani selaku Dosen Pembimbing II yang dengan tulus memberikan pengarahan mulai awal hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak pimpinan serta staf badan usaha jasa angkutan SRI REJEKI yang telah membantu dengan memberikan data-data dan petunjuk yang berkaitan dengan penyusunan skripsi.

5. Bapak pimpinan serta staf perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala yang telah memberikan pelayanan pinjaman literatur-literatur dalam penyusunan skripsi.
6. Kedua orang tua, adik dan seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dorongan moril dan materiil selama penyusunan ini dari awal hingga akhirnya.
7. Sahabat-sahabat penulis yang telah memberikan dorongan semangat dalam penyusunan skripsi.
8. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dapat terselenggaranya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati diharapkan saran dan kritik yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini benar-benar bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Februari 2000

Penulis

DAFTAR ISI

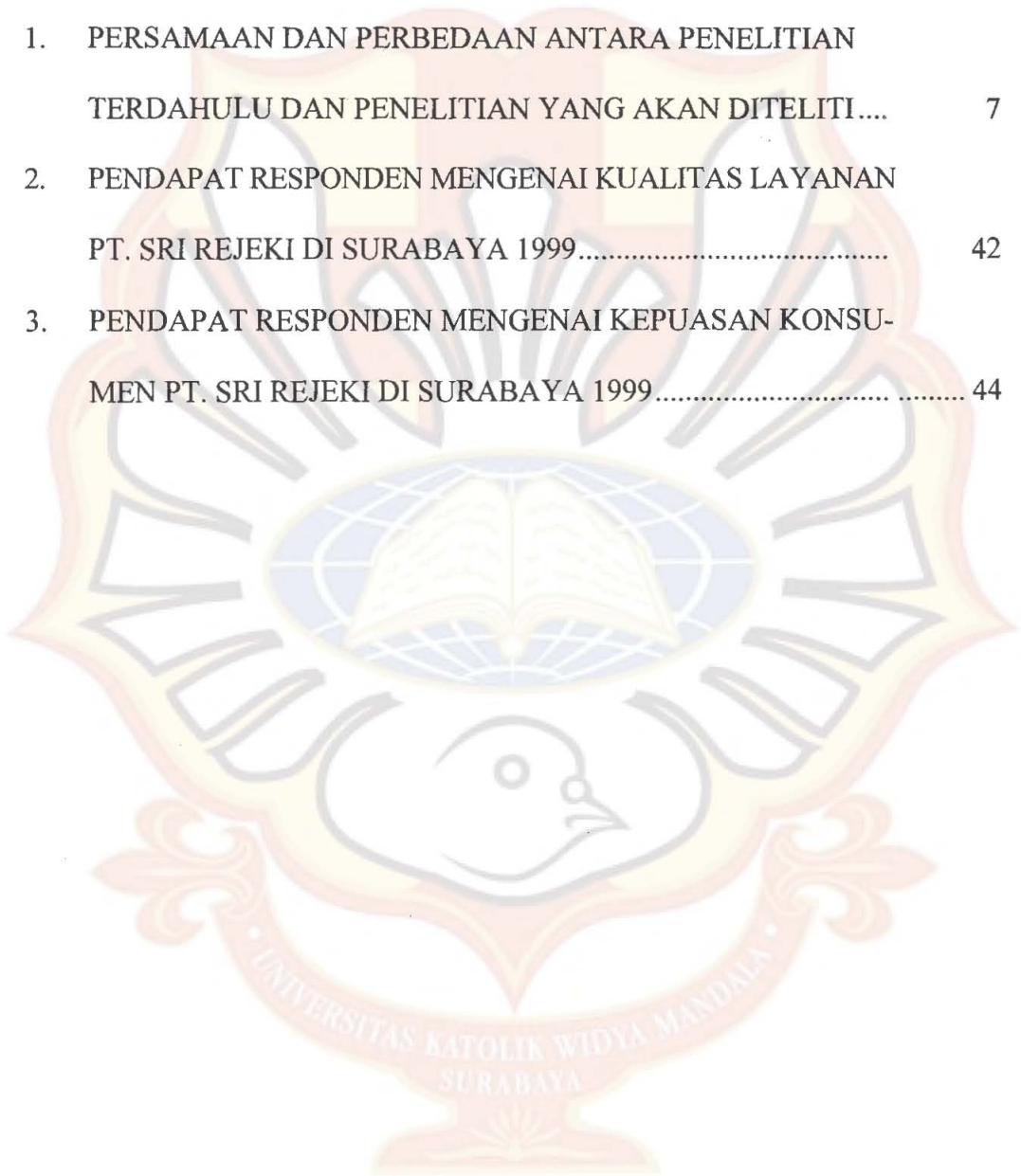
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAKSI.....	ix
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Skripsi.....	4
BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. Kualitas.....	8
2.2.2. Jasa (Layanan).....	10
2.2.3. Kualitas Layanan.....	12
2.2.3.1. Variabel-variabel Kualitas Layanan.....	14
2.2.3.2. Gap Kualitas Layanan.....	15
2.2.4. Kepuasan Konsumen.....	18

2.2.5. Pengaruh Kualitas Layanan.....	21
2.3. Hipotesis.....	22
2.4. Model Analisis	22
BAB 3: METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Desain Penelitian.....	23
3.2. Identifikasi Variabel.....	23
3.3. Definisi Operasional	23
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	27
3.4.1. Jenis Data	27
3.4.2. Sumber Data.....	27
3.5. Pengukuran Data	29
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	29
3.7. Populasi dan Sample	30
3.8. Teknik Pengambilan Data.....	30
3.9. Teknik Analisis Data.....	31
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis	34
BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	37
4.1.1. Sejarah Singkat Badan Usaha	37
4.1.2. Lokasi Badan Usaha.....	38
4.1.3. Struktur Organisasi Badan Usaha	38
4.2. Diskripsi Data	41
4.3. Analisis Data.....	45

4.3.1. Mean dan Standar Deviasi Dari Variabel-variabel	
Kualitas Layanan	45
4.3.2. Mean dan Standar Deviasi Dari Kepuasan Konsumen	46
4.3.3. Regresi Linier Berganda	46
4.3.4. Analisis Korelasi Berganda	47
4.3.4.1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	47
4.3.4.2. Analisis Koefisien Korelasi (R).....	48
4.4. Pembahasan	49
4.4.1. Uji Signifikan Korelasi Berganda Dengan Menggun- nakan Uji F	49
4.4.2. Uji Signifikan Pengaruh Variabel Secara Parsial Menggunakan Uji t	50
BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1. Simpulan.....	53
5.2. Saran	55
DAFTAR KEPUSTAKAAN	58

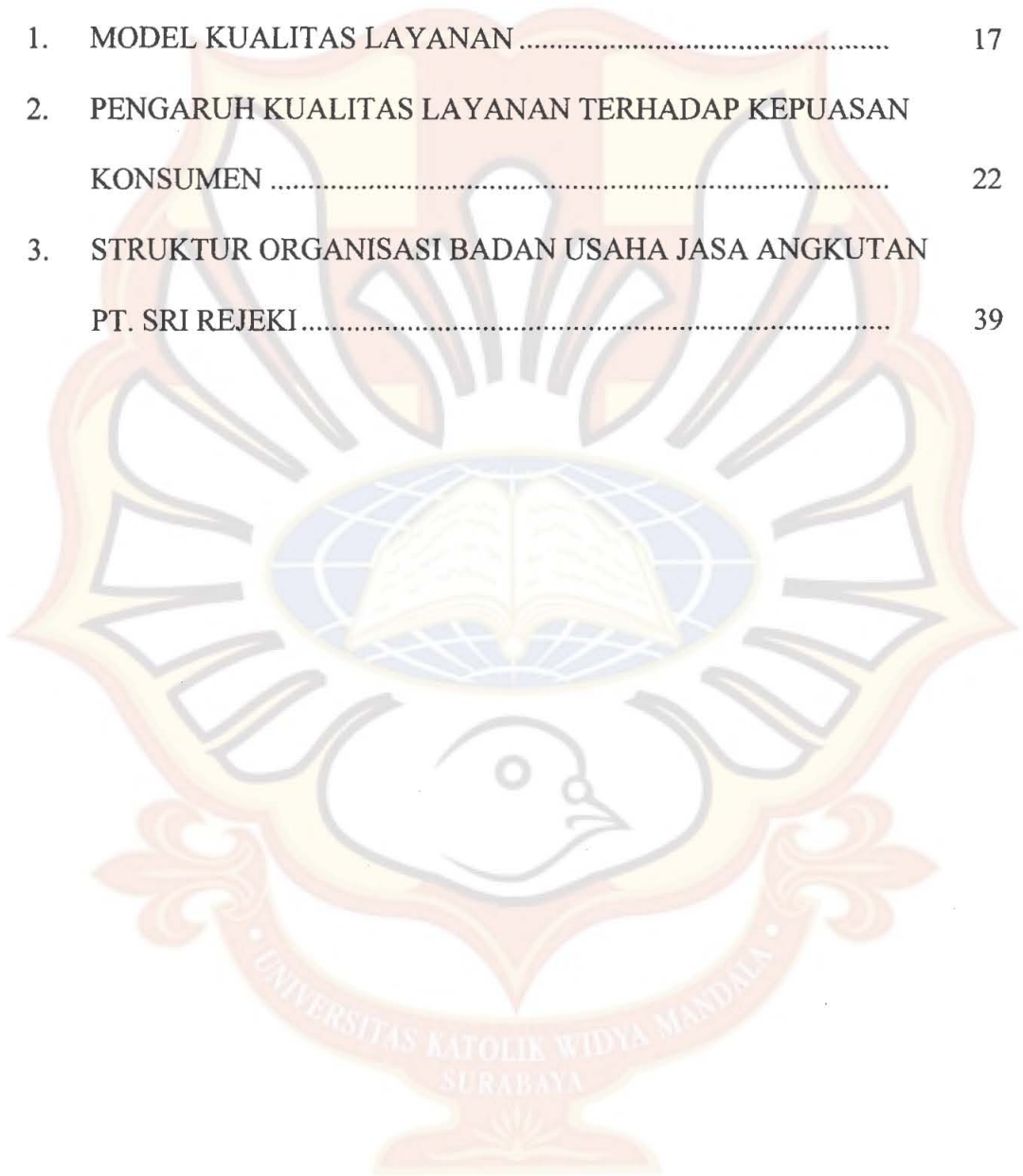
DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. PERSAMAAN DAN PERBEDAAN ANTARA PENELITIAN TERDAHULU DAN PENELITIAN YANG AKAN DITELITI....	7
2. PENDAPAT RESPONDEN MENGENAI KUALITAS LAYANAN PT. SRI REJEKI DI SURABAYA 1999.....	42
3. PENDAPAT RESPONDEN MENGENAI KEPUASAN KONSUMEN PT. SRI REJEKI DI SURABAYA 1999.....	44



DAFTAR GAMBAR

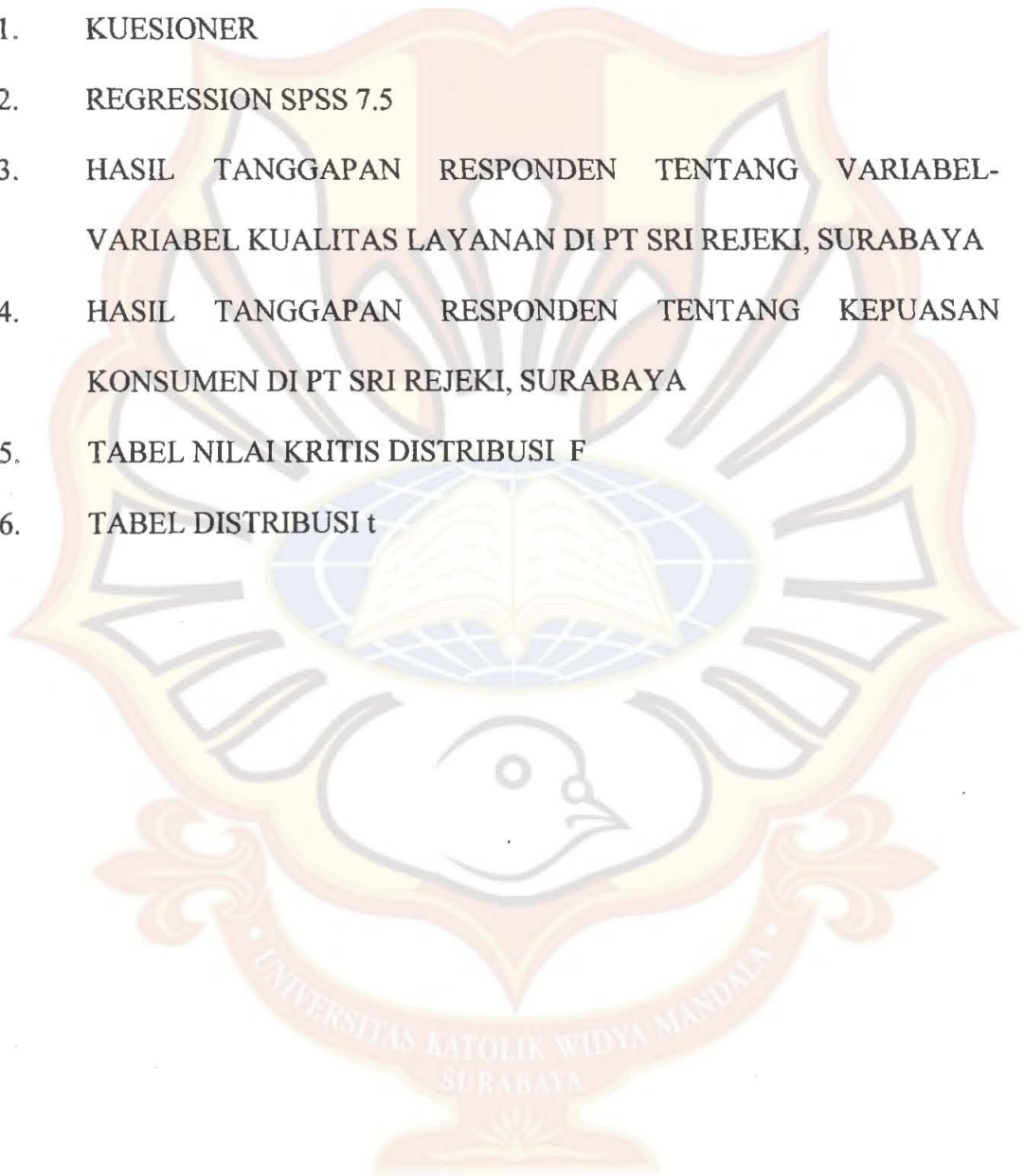
Nomor	Halaman
1. MODEL KUALITAS LAYANAN	17
2. PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN	22
3. STRUKTUR ORGANISASI BADAN USAHA JASA ANGKUTAN PT. SRI REJEKI	39



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

1. KUESIONER
2. REGRESSION SPSS 7.5
3. HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TENTANG VARIABEL-VARIABEL KUALITAS LAYANAN DI PT SRI REJEKI, SURABAYA
4. HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TENTANG KEPUASAN KONSUMEN DI PT SRI REJEKI, SURABAYA
5. TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI F
6. TABEL DISTRIBUSI t



ABSTRAKSI

Dalam persaingan yang ketat, setiap badan usaha menyadari bahwa konsumen merupakan bagian yang penting dan sangat menentukan bagi kelangsungan hidupnya. Badan usaha harus berusaha untuk mengetahui dan memahami apa yang dibutuhkan dan diharapkan konsumen, sehingga konsumen tidak mudah meninggalkan badan usaha dan beralih menjadi konsumen dari pesaing. Apabila semakin banyak konsumen yang beralih ke pesaing, maka badan usaha akan mengalami kerugian atau penurunan laba.

PT SRI REJEKI merupakan salah satu dari badan usaha jasa angkutan di Surabaya merasa khawatir karena cukup banyak konsumennya pindah ke badan usaha lain. Maka dari itu, badan usaha jasa angkutan SRI REJEKI berusaha untuk meningkatkan kualitas layanannya. Untuk meningkatkan kualitas layanan, tentunya badan usaha harus mengetahui variabel-variabel kualitas layanan yang meliputi tampilan fisik kendaraan (*Tangibles*), kemauan untuk menyediakan jasa yang cepat pada konsumen (*Assurance*), dan perhatian secara individu kepada konsumen (*Emphaty*) dalam usahanya untuk mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, dilakukan penelitian tentang pengaruh variabel *Tangibles*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Selain itu juga, dilakukan penelitian tentang variabel *Tangibles* yang memiliki pengaruh paling dominan dalam usahanya mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang telah diisi oleh konsumen akan dianalisis dengan rumus-rumus statistik inferensial. Dari hasil perhitungan dengan program SpSS 7.5 ternyata diketahui bahwa variabel *Tangibles*, *Assurance*, dan *Emphaty* memiliki pengaruh baik secara serentak maupun partial terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, diketahui pula bahwa ternyata dimensi *Assurance* memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen bukan dimensi *Tangibles* karena konsumen lebih memperhatikan keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen.